

contrató
erse a un
en Xsara.



MOTOS Los constructores de motocicletas apenas realizan campañas de publicidad en TV de sus modelos.



LOS SECRETOS DE UN RODAJE

JOSEP GARCIA



Un técnico controla la orientación de la cámara durante el rodaje de un anuncio de Repsol YPF para TV en el Circuit de Catalunya.

De profesión, especialista

Apenas duran unos segundos, pero detrás de cada anuncio hay días de trabajo en los que el especialista suplanta muchas veces al actor.

SERGI MEJÍAS
Montmeló

A lo largo del día se pueden ver por la tele decenas de anuncios, muchos de ellos con un vehículo como protagonista. Motor y alimentación son los dos segmentos que más gastan en publicidad. Y se nota. Actualmente, muchos spots no tienen nada que envidiar a algunos cortos, incluso recurren al golpe de efecto que supone la aparición de alguna estrella de la gran pantalla como Harrison Ford o Catherine Z. Jones. Pero para conseguir un producto de tanta calidad, la inversión de tiempo, medios y dinero también es alta.

Sin ir más lejos, para realizar el anuncio de TV de Repsol YPF, que actualmente se puede ver en TV y que dura unos 45 segundos, se han invertido 22 días de trabajo en el que ha participado un equipo de 50 personas. "Lo más complicado ha sido la aplicación de la técnica del *flow-mo*, que sirve para congelar una imagen y al mismo tiempo tener un objeto en movimiento, como en la pelu-

la *The Matrix*, pues antes no se había utilizado en España y ha tenido que venir un equipo de Londres", explica Ramonés Albiñana, realizador del spot.

Junto a él ha trabajado un grupo de expertos y profesionales como Ferran Mas, el especialista. A los miembros de este selecto colectivo jamás se les ve, ni aparecen en los créditos a pesar de que algún trabajo debería estar nominado para los Oscars, pero su labor deja huella. En el caso del anuncio de la firma petrolera, el trabajo del especialista suponía un riesgo relativo. "Era sencillo dentro de la complicación de llevar una moto de gran premio", asegura el propio Mas, que atesora un buen currículum, tanto como especialista como piloto de coches y motos. Seat León, Fiat Punto, BMW 328 o Mercedes CLK están a la cabeza de sus trabajos más recientes dentro del mundo de la publicidad.

Su última aportación ha sido sustituir a Alex Crivillé, Sete Gibernau y Tadayuki Okada (los tres pilotos del equipo de carreras HRC Repsol YPF) a la hora de realizar unas tomas en el Circuit de Catalunya. Para el especialista, la jornada duró unas siete horas, que una vez pasado por post-

JOSEP GARCIA



El especialista, que de Alex Crivillé, atiende a las explicaciones de los técnicos.

producción, se reducen a un segundo de spot. Y lo más sorprendente es que en el anuncio de TV la moto sale sobre un fondo blanco y no en la curva de final de recta del Circuit, donde se rodó.

En este mismo corto también aparecen los tres pilotos andando juntos pero en realidad se filmó cada piloto por separado y después se montó. Parece cosa de brujas pero es cuestión de técnica. Las estrellas sólo prestan la imagen, el resto de secuencias en las que aparece el coche, sin que se vea al piloto, son realizadas por el especialista. "No se trata de marcar una vuelta rápida ni nada de eso sino de hacer un trabajo muy es-

pecializado, como venir a 100 km/h y frenar a un palo de la cámara", explica Mas secundado por Quico Casanova, alma de Espromot (Especialistas Profesionales del Motor, S.L.), que coordina los trabajos encargados, ya sean anuncios, películas o figuraciones.

En España no hay muchos especialistas del motor, no es de extrañar. Ferran Mas, en Barcelona, y Rafa de Juan, en Madrid, polarizan gran parte del trabajo. "Hay gente que lo ha probado pero hace falta tener un sexto sentido", afirma Mas, que en más de una ocasión, circulando en moto, ha tenido que acabar por los suelos por exigencias del guión.

